

Аннотация дисциплины Б.1.2.4 Дисциплина. Исследование рынка и организация продвижения продукции

Дисциплина "Исследование рынка и организация продвижения продукции" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Финансы и кредит" направления подготовки "38.03.01 Экономика".

Дисциплина изучается в 5, 6 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме без контрольной акции, зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-1 Способен составлять финансовый план организации в целях принятия управленческих решений
2. ПК-2 Способен анализировать и интерпретировать финансово-экономическую, статистическую, бухгалтерскую и иную информацию, рассчитывать финансовые показатели, применяя современные методы и технологии оценки финансового состояния и эффективности деятельности экономического субъекта, использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Тема 1. Маркетинговая концепция управления организацией
Сущность маркетинговой концепции. Ключевые понятия маркетинга. Цели маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга.
2. Тема 2. Маркетинговое исследование и исследование рынка
Понятие маркетингового исследования и исследования рынка. Программа исследования. Цели исследования. Рабочая гипотеза исследования. Виды источников информации. Методы сбора первичных данных. Анализ данных. Составление отчета об исследовании.
3. Тема 3. Продвижение продукции
Понятие продвижения продукции. Цели продвижения. Виды и средства продвижения. Планирование рекламной кампании.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, игровые процедуры, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, информационные, лекция с элементами мозгового штурма.